

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Hubungan antara manusia dan Allah SWT merupakan inti dari keyakinan Islam. Dalam ibadah, manusia menyampaikan ketaatan dan penghormatan kepada Sang Pencipta melalui shalat, puasa, zakat, dan ibadah lainnya. Ini adalah bentuk pengakuan atas kebesaran dan kekuasaan Allah SWT serta penyerahan diri sepenuhnya kepada-Nya. Sementara itu, hubungan horizontal antara manusia adalah manifestasi dari nilai-nilai sosial Islam yang mengajarkan kasih sayang, keadilan, dan kerjasama antarindividu dalam membangun masyarakat yang harmonis dan sejahtera.²

Pada muamalah, manusia menjalin interaksi yang beragam untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka, seperti dalam perdagangan, pertukaran barang, atau transaksi keuangan. Prinsip-prinsip Islam mengatur segala aspek dalam muamalah, dari etika bisnis hingga keadilan dalam berdagang. Hal ini tercermin dalam konsep jual beli dalam Islam, di mana transaksi harus dilakukan dengan kejujuran, menghindari riba, dan memastikan kemaslahatan bersama. Dengan demikian, muamalah menjadi wujud konkret dari implementasi ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari, yang memandang segala aktivitas manusia sebagai bentuk ibadah dan kesempatan untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT.³ Pada Al-Qur'an, Allah SWT berfirman:

² Quraish Shihab, *Wasathiyyah Wawasan Islam tentang Moderasi Beragama* (Tangerang Selatan: Lentera Hati, 2020), 3.

³ Andri Soemitro, *Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muamalah di Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2019), 21.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَيْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ ۚ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ ۚ وَلَا يَأْب كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ وَلْيُمْلِلِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسْ مِنْهُ شَيْئًا ۚ فَإِنْ كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْتَطِيعُ أَنْ يُمِلَّ هُوَ فَلْيُمْلِلْ وَلِيُّهُ بِالْعَدْلِ ۚ وَاسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رِجَالِكُمْ ۚ فَإِنْ لَمْ يَكُونَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ وَامْرَأَتَانِ مِمَّن تَرْضَوْنَ مِنَ الشُّهَدَاءِ أَنْ تَضِلَّ إِحْدَاهُمَا فَتُذَكِّرَ إِحْدَاهُمَا الْأُخْرَىٰ ۚ وَلَا يَأْب الشُّهَدَاءُ إِذَا مَا دُعُوا ۚ وَلَا تَسْأَمُوا أَنْ تَكْتُبُوهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَىٰ أَجَلِهِ ۚ ذَلِكُمْ أَقْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ وَأَقْوَمُ لِلشُّهَادَةِ وَأَدْنَىٰ أَلَّا تَرْتَابُوا ۚ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً حَاضِرَةً تُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَلَّا تَكْتُبُوهَا ۚ وَأَشْهِدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ وَلَا يُضَارَّ كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ ۚ وَإِنْ تَفَعَّلُوا فَإِنَّهُ فَسُقٌ بِكُمْ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ وَيَعْلَمُ اللَّهُ ۚ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah telah mengajarkannya, maka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berutang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun daripada utangnya. Jika yang berutang itu orang yang lemah akalnya atau lemah (keadaannya) atau dia sendiri tidak mampu mengimlakkan, maka hendaklah walinya mengimlakkan dengan jujur. Dan persaksikanlah dengan dua orang saksi dari orang-orang lelaki. Jika tidak ada dua orang lelaki, maka (boleh) seorang lelaki dan dua orang perempuan dari saksi-saksi yang kamu ridai, supaya jika seorang lupa maka seorang lagi mengingatkannya. Janganlah saksi-saksi itu enggan (memberi keterangan) apabila mereka dipanggil. Dan janganlah kamu jemu menulis utang itu, baik kecil maupun besar sampai batas waktu membayarnya. Yang demikian itu, lebih adil di sisi Allah dan lebih dapat menguatkan persaksian dan lebih dekat kepada tidak (menimbulkan) keraguanmu. (Tulislah muamalahmu itu), kecuali jika muamalah itu perdagangan tunai yang kamu jalankan di antara kamu, maka tidak ada dosa (bagimu), (jika) kamu tidak menuliskannya. Dan persaksikanlah apabila kamu berjual beli; dan janganlah penulis dan saksi saling sulit menyulitkan. Jika kamu lakukan (yang demikian), maka sesungguhnya hal itu adalah suatu kefasikan pada dirimu. Dan bertakwalah kepada Allah; Allah mengajarmu; dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu.” (QS. Al-Baqarah : 282)⁴

Ayat di atas menekankan pentingnya keadilan, kejujuran, dan ketelitian dalam muamalah, khususnya dalam transaksi utang piutang. Allah SWT memerintahkan agar semua transaksi yang tidak dilakukan secara tunai ditulis

⁴ Agus Hidayatulloh, penerj., *Al-Qur'an Tajwid Kode Transliterasi Per Kata Terjemah Per Kata* (Bekasi: Cipta Bagus Segara, 2015), 334.

dengan benar oleh seorang penulis yang adil, dan dipersaksikan oleh dua orang saksi untuk menghindari perselisihan dan ketidakjelasan di kemudian hari. Penulisan dan kesaksian ini harus dilakukan tanpa ada pihak yang merasa dirugikan atau dipersulit. Ketelitian dalam mencatat dan menyaksikan transaksi diakui sebagai tindakan yang paling adil dan memastikan kebenaran, serta mencegah keraguan dan ketidakadilan. Ini mencerminkan prinsip-prinsip etika bisnis dalam Islam yang mengedepankan transparansi, kejujuran, dan tanggung jawab, serta mengingatkan umat untuk selalu bertakwa kepada Allah dalam setiap aspek muamalah.⁵

Muamalah sendiri sebagai hukum yang mengatur hubungan antarindividu, antarindividu dengan negara Islam, atau antara negara Islam dengan negara lain, didasarkan pada prinsip-prinsip yang telah ditetapkan dalam Al-Qur'an, As-Sunnah, dan *ijtihad* para ulama. Salah satu aspek penting dalam muamalah adalah akad atau perjanjian, yang menjadi dasar dalam menjalankan bisnis, seperti dalam bentuk *syirkah* atau kerjasama dalam berdagang. Prinsip keadilan sangat penting dalam *syirkah*, di mana keuntungan dan kerugian harus ditanggung bersama.⁶

Ekonomi dalam Islam dianggap sebagai bagian penting dari kehidupan manusia dan juga sebagai bentuk ibadah. Islam mendorong umatnya untuk bekerja dan berusaha mencari rezeki dengan cara yang halal, namun kegiatan

⁵ Ikhsan Bayanuloh, *Marketing Syariah: Sebuah Disiplin Bisnis Strategis yang Sesuai dengan Akad dan Prinsip Muamalah dalam Islam* (Yogyakarta: Deepublish, 2019), 41.

⁶ Mukhlis dan Didi Suardi, *Pengantar Ekonomi Islam* (Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2020), 26.

ekonomi harus sesuai dengan hukum syariah dan etika Islam.⁷ Sebagai contoh, di Indonesia, Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah Pasal 130 ayat (1) menyatakan bahwa “Kepala daerah berwenang menyelenggarakan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah dan tugas pembantuan.”

Salah satu bentuk kegiatan atau aktivitas ekonomi yang berkembang adalah waralaba. Waralaba merupakan sebuah bentuk fenomena yang mana semakin populer dalam dunia bisnis modern karena kemampuannya untuk memperluas jangkauan usaha dengan cepat melalui konsep pemasaran yang terstruktur. Model bisnis ini memungkinkan pemberi waralaba untuk mentransfer pengetahuan, merek dagang, dan sistem operasional mereka kepada penerima waralaba dengan imbalan royalti dan biaya lainnya. Kelebihan waralaba seperti pendanaan yang tersedia, akses terhadap sumber daya manusia yang terlatih, dan manajemen yang efektif, menjadikannya pilihan menarik bagi para pengusaha yang ingin memperluas bisnis mereka tanpa harus memulai dari nol.

Namun, meskipun waralaba menawarkan berbagai keuntungan, penting bagi para pelaku bisnis untuk mempertimbangkan aspek hukum, terutama dalam konteks Islam. Banyak perjanjian waralaba dilakukan tanpa adanya akad yang jelas, yang dapat menimbulkan ketidakpastian hukum dan potensi pelanggaran terhadap prinsip-prinsip syariah. Oleh karena itu, para pelaku bisnis perlu memastikan bahwa semua aspek dalam perjanjian waralaba

⁷ Zainur, “Konsep Dasar Kebutuhan Manusia Menurut Perspektif Ekonomi Islam,” *Ekonomologi: Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Galuh Ciamis* 1 (2019): 316.

mereka sesuai dengan prinsip-prinsip Islam dan hukum positif yang berlaku, agar transaksi tersebut dapat dilakukan dengan baik dan berkelanjutan secara etis dan hukum.⁸

Waralaba dapat menjadi sarana yang efektif dalam pengembangan usaha, namun harus dipahami dengan baik sesuai dengan prinsip-prinsip Islam dan hukum positif yang berlaku. Dalam konteks hukum Indonesia, penerapan prinsip-prinsip syariah dalam bisnis waralaba haruslah sejalan dengan peraturan yang ada, seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.⁹

Maka bisa diketahui bahwa waralaba telah menjadi model bisnis yang dikenal luas, memberikan peluang untuk pengembangan usaha dengan memanfaatkan merek dagang dan sistem operasional yang telah mapan.¹⁰ Namun, terdapat salah satu usaha waralaba di Desa Sumberjo Kecamatan Kandat Kabupaten Kediri yang bernama CV. *Alia Mart*, muncul sebuah bentuk waralaba *non-branding* yang menimbulkan pertanyaan dari sudut pandang hukum Islam. Meskipun mengadopsi konsep serupa dengan minimarket terkemuka di Indonesia, yaitu Alfamart, *Alia Mart* tidak menggunakan merek dagang secara langsung, sehingga tidak perlu membayar royalti sebesar Rp. 50.000.000 per bulan seperti yang biasanya diperlukan dalam waralaba dengan branding *Alfamart*.

⁸ Mustofa Amirul Hadi, *Penilaian Bisnis Waralaba (Valuation of Franchise)* (Jakarta: Deepublish, 2022), 6.

⁹ Herlambang R. Wicaksana, Gufran Sadida Putra, dan Etik Ludianti, *Praktik Hukum Waralaba di Indonesia* (Semarang: UNISRI Press, 2022), 4.

¹⁰ Hadi, *Penilaian Bisnis Waralaba (Valuation of Franchise)*, 14.

Sistem kerja sama antara CV. *Alia Mart* sebagai pemilik lahan dan bangunan *Alia Mart* menjalin kerja sama dengan PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk (Alfamart) untuk mengoperasikan gerai dengan nama *Alia Mart* yakni dalam bentuk waralaba *non-branding* yang mencerminkan dinamika menarik dari perspektif hukum Islam. Perjanjian kerjasama operasional yang disahkan pada tanggal 24 Desember 2020 menjadi landasan utama dalam menjalankan bisnis ini. Pasal 21 dalam perjanjian tersebut mengatur mengenai biaya-biaya yang wajib ditanggung oleh *Alia Mart*, termasuk pembayaran pajak, bea meterai, retribusi, dan biaya-biaya lain yang timbul sehubungan dengan pengelolaan gerai.

Selanjutnya, pasal 5 dari perjanjian tersebut menjelaskan mengenai kewajiban pemotongan uang tunai hasil penjualan yang belum disetorkan ke dalam Rekening Bersama untuk pembayaran biaya operasional bulanan gerai. Pemotongan dilakukan setiap tanggal 1 bulan berjalan, dengan kemungkinan adanya pemotongan tambahan jika uang tunai hasil penjualan tidak mencukupi. Pasal 21 juga menyebutkan tentang tanggung jawab *Alia Mart* untuk menyelor investasi tambahan jika kinerja gerai selalu berada dalam posisi rugi selama 3 bulan berturut-turut.

Adapun bentuk pembagian royalti antara *Alia Mart* dan Alfamart didasarkan pada persentase tertentu dari hasil penjualan bersih setiap bulannya. Dalam perjanjian kerjasama operasional, terdapat skema pembagian royalti yang mengikuti rentang hasil penjualan bersih tertentu. Jika hasil penjualan bersih *Alia Mart* dalam satu bulan berada dalam rentang antara 0 hingga Rp

150.000.000, maka *Alia Mart* tidak diwajibkan membayar royalti kepada Alfamart. Namun, jika hasil penjualan bersih mencapai lebih dari Rp 150.000.000, persentase royalti yang harus dibayarkan oleh *Alia Mart* akan bertambah secara proporsional.

Jadi misalnya, jika hasil penjualan bersih yang diperoleh *Alia Mart* berada dalam rentang antara Rp 150.000.000 hingga Rp 175.000.000, *Alia Mart* harus membayar royalti sebesar 1% dari jumlah tersebut. Begitu seterusnya, dengan persentase royalti yang meningkat seiring dengan meningkatnya hasil penjualan bersih, hingga mencapai 4% jika hasil penjualan bersih melebihi Rp 250.000.000. Dengan demikian, pembagian royalti ini mencerminkan sebuah bentuk hubungan antara *Alia Mart* sebagai pemilik usaha dengan Alfamart sebagai pemilik merek dagang dalam konteks kerja sama waralaba *non-branding*.

Dari pemaparan di atas, maka bisa diketahui bahwa kerja sama waralaba *non-branding* antara CV. *Alia Mart* dengan Alfamart menunjukkan sebuah model bisnis yang inovatif dan unik dalam konteks perspektif hukum Islam. Dengan tidak mengadopsi merek dagang secara langsung seperti yang umumnya dilakukan dalam waralaba, *Alia Mart* dapat mengoperasikan gerai mereka tanpa harus membayar royalti sebesar yang biasanya diperlukan. Hal ini memberikan keistimewaan tersendiri bagi *Alia Mart* dalam menjalankan bisnisnya, karena mereka dapat memanfaatkan model bisnis yang terbukti sukses tanpa harus mengorbankan sebagian besar keuntungan untuk pembayaran royalti kepada pemilik merek dagang.

Sebagai pemilik lahan dan bangunan, *Alia Mart* menjalin kerja sama dengan Alfamart untuk mengoperasikan gerai mereka, menciptakan sebuah dinamika kerja sama yang menguntungkan kedua belah pihak. Dalam kerja sama ini, *Alia Mart* memperoleh keuntungan dari pembagian royalti berdasarkan hasil penjualan bersih tanpa harus terikat dengan merek dagang tertentu secara langsung, sementara Alfamart tetap memperoleh manfaat dari ekspansi bisnis mereka melalui jaringan gerai baru tanpa harus membangunnya dari awal.

Selain itu, kerja sama waralaba *non-branding* antara *Alia Mart* dan Alfamart juga menegaskan komitmen keduanya terhadap prinsip-prinsip syariah dalam *muamalah* bisnis, terutama melalui akad *syirkah*. Dalam Islam, prinsip keadilan dan keseimbangan antara hak dan kewajiban merupakan landasan utama dalam setiap transaksi bisnis. Dengan model waralaba *non-branding* ini, keduanya dapat menjalankan bisnis dengan cara yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, di mana kerja sama yang adil dan saling menguntungkan menjadi fokus utama.

Adanya kesepakatan yang jelas dalam akad *syirkah* mengatur pembagian keuntungan dan kerugian secara proporsional, sesuai dengan kontribusi masing-masing pihak. Hal ini tidak hanya menguatkan aspek kemanusiaan dalam bisnis, tetapi juga menegaskan bahwa keberhasilan bisnis tidak hanya diukur dari segi keuntungan materi, tetapi juga dari dampak sosialnya yang positif bagi masyarakat dan lingkungan sekitar. Dengan demikian, kerja sama waralaba *non-branding* antara CV. *Alia Mart* dengan Alfamart bukan hanya

merupakan bentuk bisnis yang unik, tetapi juga merupakan implementasi nyata dari prinsip-prinsip etis dan hukum Islam dalam setiap langkah bisnis yang diambil melalui akad *syirkah*.

Berdasarkan uraian latar belakang yang sudah disajikan oleh peneliti di atas, maka peneliti memiliki sebuah ketertarikan untuk melakukan penelitian topik ini dengan judul “**Tinjauan Hukum Islam dalam Akad *Syirkah* Terhadap Sistem Waralaba *Non-Branding* CV. Alia Mart Desa Sumberjo Kecamatan Kandat Kabupaten Kediri**”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini:

1. Bagaimana konsep sistem waralaba *non-branding* di CV. Alia Mart Desa Sumberjo Kecamatan Kandat Kabupaten Kediri?
2. Bagaimana tinjauan hukum Islam dalam akad *syirkah* terhadap sistem waralaba *non-branding* di CV. Alia Mart Desa Sumberjo Kecamatan Kandat Kabupaten Kediri?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini yakni:

1. Untuk menjelaskan konsep sistem waralaba *non-branding* di CV. Alia Mart Desa Sumberjo Kecamatan Kandat Kabupaten Kediri.
2. Untuk menjelaskan tinjauan hukum Islam dalam akad *syirkah* terhadap sistem waralaba *non-branding* di CV. Alia Mart Desa Sumberjo Kecamatan Kandat Kabupaten Kediri.

D. Kegunaan Penelitian

Manfaat-manfaat yang diharapkan dari penelitian ini yakni:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini mampu memberikan wawasan baru dan pemahaman yang lebih dalam terkait dengan kajian hukum Islam terhadap sistem waralaba *non-branding* di *Alia Mart*. Hasil penelitian ini akan menjadi kontribusi penting dalam literatur hukum Islam dalam akad *syirkah*, serta menjadi rujukan bagi para peneliti dan praktisi hukum yang tertarik di bidang ini.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Peneliti akan mendapatkan berbagai bentuk peningkatan pemahaman yang signifikan mengenai aspek hukum Islam dalam konteks sistem waralaba *non-branding*. Hal ini akan membantu peneliti dalam mengembangkan keahlian dan kontribusi penelitian lebih lanjut di bidang ini.

b. Bagi Lembaga Pendidikan

Penelitian ini akan memberikan kontribusi penting dalam meningkatkan kualitas dan relevansi pendidikan di institusi pendidikan tinggi, khususnya dalam mata pelajaran terkait hukum Islam dan bisnis. Hal ini akan membantu memperluas wawasan mahasiswa dan memotivasi mereka untuk melakukan penelitian lanjutan di bidang seperti peneliti ini.

c. Bagi Alia *Mart*

Hasil penelitian ini akan memberikan berbagai bentuk pandangan yang lebih jelas tentang bagaimana implikasi hukum Islam dalam akad *syirkah* terhadap operasional sistem waralaba *non-branding* bagi Alia *Mart*.

E. Telaah Pustaka

Terdapat beberapa penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini, meliputi:

1. Penelitian oleh Ika Aris Enda Safitri tahun 2021 dengan judul “Analisis Hukum Islam Terhadap Pelaksanaan Perjanjian Antara *Franchisor* (Pewaralaba) dan *Franchisee* (Terwaralaba) (Studi Kasus Pada Usaha Proo Tea di Kota Kediri)”.

Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa implementasi perjanjian antara *franchisor* dan *franchisee* pada usaha Proo Tea di Kota Kediri tidak sesuai dengan ketentuan yang tercantum dalam kontrak kerjasama, khususnya terkait dengan Pasal 11. Namun, dari perspektif hukum Islam, tindakan yang dilakukan oleh *franchisee* dalam usaha Proo Tea dianggap sah karena sesuai dengan proses ijab qobul yang dilakukan oleh kedua belah pihak saat perjanjian kerjasama tersebut disepakati.¹¹

Persamaannya dengan penelitian ini ialah meneliti tentang tinjauan hukum Islam terhadap praktik waralaba memakai metode penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaannya, penelitian tersebut tidak fokus pada

¹¹ Ika Aris Enda Safitri, “Analisis Hukum Islam Terhadap Pelaksanaan Perjanjian Antara *Franchisor* (Pewaralaba) Dan *Franchisee* (Terwaralaba) (Studi Kasus Pada Usaha Proo Tea di Kota Kediri)” (Skripsi, IAIN Kediri, 2021).

sistem waralaba *non branding* seperti penelitiannya peneliti dan juga objek penelitian yang berbeda.

2. Penelitian ini bertajuk “Analisis Pelaksanaan Kontrak Waralaba dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus Jasa Pengiriman Barang Global Express Cabang Kediri)” yang disusun oleh Nisaul Mutoharoh pada tahun 2021.

Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pelaksanaan kontrak waralaba di Jasa Pengiriman Barang Global Express Cabang Kediri sudah sesuai dengan prinsip-prinsip hukum Islam, terutama terkait dengan syarat dan rukun dalam akad syirkah dan ijarah. Namun, masih terdapat kekurangan dalam menentukan hak dan kewajiban, terutama terkait dengan keterbukaan dan kesepakatan dalam sistem pembayaran *Cash On Delivery* (COD) yang dapat menyebabkan salah satu pihak mengalami sebuah kerugian.¹²

Penelitian tersebut serupa dengan penelitian ini dalam hal menginvestigasi perspektif hukum Islam terhadap praktik waralaba, dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Namun, perbedaannya terletak pada fokus penelitian yang tidak difokuskan pada sistem waralaba *non-branding* dan objek penelitian yang berbeda.

Penelitian yang dilaksanakan oleh Hafidzulfikri tahun 2018 dengan judul “Sistem Bisnis *Franchise* pada *Travelmie* Puncaknya Jogja dalam Perspektif Hukum Islam”. Penelitian tersebut mengidentifikasi bahwa bisnis

¹² Nisaul Mutoharoh, “Analisis Pelaksanaan Kontrak Waralaba Dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus Jasa Pengiriman Barang Global Express Cabang Kediri)” (Skripsi, IAIN Kediri, 2021).

waralaba dapat dikategorikan sebagai pengembangan dari konsep mudharabah jenis syirkah muqayadah, di mana penerima waralaba terikat oleh aturan yang ditetapkan oleh pemberi waralaba. Penelitian tersebut juga menguraikan prinsip-prinsip dalam hukum Islam yang mengatur waralaba dan dampaknya terhadap masyarakat, serta pentingnya mempraktikkannya sesuai dengan ketentuan yang telah diatur dalam hukum Islam.¹³

Penelitian tersebut mirip dengan penelitian ini dalam mengkaji pandangan hukum Islam terhadap praktik waralaba, dengan menerapkan metode penelitian kualitatif. Tetapi, perbedaannya terletak pada fokus penelitian, di mana penelitian ini lebih menitikberatkan pada sistem waralaba *non-branding* dan objek penelitian yang juga berbeda.

3. Penelitian yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Bagi Hasil Waralaba *Outlet* Indomarco” yang disusun oleh Muhammad Dwi Mardiyanto pada tahun 2022.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem pembagian hasil waralaba di dua lokasi Indomaret, yakni di Jalan Sultan Agung Nomor 19 Sepang Jaya dan di Nomor 33 SPBU Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung, tidak sepenuhnya mematuhi prinsip *mudharabah* dalam Islam. Terutama terkait dengan tanggung jawab atas kerugian, ditemukan bahwa pihak *franchisor* memperoleh keuntungan sebesar 2% - 4% jika omzet bulanan melebihi target penjualan, namun tidak ada pembagian hasil jika omzet tidak mencapai target tersebut. Ketika mengalami kerugian, *franchisor* tidak

¹³ Hafidzulfikri, “Sistem Bisnis Franchise pada Travelmie Puncaknya Jogja dalam Prespektif Hukum Islam” (Skripsi, Universitas Islam Indonesia, 2018).

turut bertanggung jawab, dan kerugian tersebut ditanggung sepenuhnya oleh pihak *franchise*. Keadaan ini tidak sejalan dengan prinsip kesetaraan dan tanggung jawab bersama dalam menanggung risiko kerugian dalam prinsip *mudharabah* dalam Islam.¹⁴

Persamaannya yakni menginvestigasi perspektif hukum Islam terhadap praktik waralaba. Lalu perbedaannya ada di fokus penelitian. Penelitian ini lebih menekankan pada sistem waralaba *non-branding*, sedangkan penelitian sebelumnya lebih menyoroti sistem pembagian hasil waralaba, dan keduanya memiliki objek penelitian yang berbeda.

4. Penelitian yang berjudul “Analisis Hukum Islam Terhadap Praktik Bagi Hasil dalam Perjanjian Waralaba (Studi Kasus Angkringan CEO Ngaliyan)” yang disusun oleh Ahmad Isnain Kafil pada tahun 2021.

Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa sistem bagi hasil yang diterapkan dalam perjanjian waralaba Angkringan CEO Ngaliyan telah disetujui secara saling ridha dan sesuai dengan ketentuan yang telah diatur. Namun, perubahan nisbah bagi hasil tanpa kesepakatan sebelumnya dan ketidakjelasan mengenai nisbah tersebut membuat perjanjian tersebut menjadi tidak sah menurut hukum Islam.¹⁵

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang sedang dilakukan dalam hal mengevaluasi pandangan hukum Islam terhadap praktik

¹⁴ Muhammad Dwi Mardiyanto, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Bagi Hasil Waralaba Outlet Indomaret (Studi di Indomaret Jalan Sultan Agung Nomor 19 Sepang Jaya dan Indomaret Nomor 33 SPBU Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung)” (Skripsi, UIN Intan Raden Lampung, 2022).

¹⁵ Ahmad Isnain Kafil, “Analisis Hukum Islam Terhadap Praktik Bagi Hasil dalam Perjanjian Waralaba (Studi Kasus Angkringan CEO Ngaliyan)” (Skripsi, UIN Walisongo Semarang, 2021).

waralaba. Meskipun demikian, perbedaannya terletak pada fokus penelitian. Penelitian ini lebih menitikberatkan pada sistem waralaba non-branding, sedangkan penelitian sebelumnya hanya berfokus pada sistem pembagian hasil saja.